



TITLE:

# 第二次大戦後アメリカにおける消費生活様式の展開と製品受容

AUTHOR(S):

栗村, 俊夫

---

CITATION:

栗村, 俊夫. 第二次大戦後アメリカにおける消費生活様式の展開と製品受容. 経済論叢 1996, 158(2): 44-57

ISSUE DATE:

1996-08

URL:

<https://doi.org/10.14989/45091>

RIGHT:

# 經濟論叢

第 158 卷 第 2 号

---

ウォルターのヘゲモニー不存在論……………本 山 美 彦 1

戦前・戦時における

松下電器の商品開発と組織……………グラシェラ・クラビオト 21

第二次大戦後アメリカにおける

消費生活様式の展開と製品受容……………栗 村 俊 夫 44

高齢化社会における利子所得税の

ディスティーション効果について(2)……………岡 本 章 58

P & G の日本市場における

マーケティング活動 1972-1985 (3)……………ジョン・ライアン 75

書 評

溝端佐登史『ロシア経済・経営システム研究

—ソ連邦・ロシア企業・産業分析』……………八 木 紀一郎 88

---

平成 8 年 8 月

京 都 大 学 経 済 学 會

## 第二次大戦後アメリカにおける 消費生活様式の展開と製品受容

栗 村 俊 夫

### は じ め に

本稿では、第二次大戦後、いわゆるバクス・アメリカナの時代、1970年代初頭までのアメリカにおける消費生活の発展を家族経済という視点から分析し、家族の在り方が消費者の製品受容に及ぼした影響を解明することを課題とする。

ここで、家族経済とは次の意味である。

家族は一つの経済的機関であり、その目的は、社会的な規定性をもった人間を再生産することにある。この再生産のための活動は、現代の商品生産社会にあっては、四つの領域に分かれる。すなわち、1)所得を稼得する労働、2)所得を稼得することなく、その成果が、家族の構成員によって直接享受される労働、3)互酬的活動、4)行政サービスの四つである。1)は、労働者の場合には、賃労働であり、自営的な商品生産者の場合には、販売目的の商品を生産する労働である。2)については、通常家事労働と呼ばれているものが、これに含まれ、自家消費用の園芸、炊事、洗濯のようにモノを対象にした生産・メンテナンスの活動と人を対象にしたケア活動、消費財の購買活動等から構成される。3)は、いわば、相互的な贈与行為である。総体的な結果において、交換の性格をもつことになるが、個々の給付が、直接的な反対給付を前提しない点で交換と異なる。親族間、あるいは近隣での、金品、ケアのやりとりが、これにあたる。4)は、公教育などに典型的に見られるもので、租税などを通じて費用負担が社会化されている点に特徴がある。家族経済は、以上四つの領域の活動の組み合わ

せによって、その構成員の物質的な生活を再生産するのであるが、それぞれの領域の比重、またとくに、1)と2)の活動を家族の構成員にどのように配分するかによっていくつかのタイプにわかれることになる。

以上の点を踏まえて、過去、約一世紀間のアメリカの家族経済の発展の後をたどり、第二次大戦後、バクス・アメリカナの時代の家族経済の歴史的意味を明らかにしてみよう。

以下、家族に関する基本的なデータを検証する。

## I アメリカにおける家族の変化

### 1. 家族規模

植民地時代以来、アメリカの家族は核家族（両親とその子供からなる家族）を基本としており、三世代が一つの屋根の下で暮らすことは、例外的であり、また、望ましくないことと考えられていた。したがって、家族の規模を決定するものは子供の数であった。ここで出生率（15-44歳の女性1,000人当たりの出生数）の推移を見ると、1870年167、1890年137、1910年124、1930年89、1940年80、1950年106、1960年118、1970年88、1980年68となり19世紀以来、一貫して続いた出生率の低下は、1940年代半ばから1960年代半ばにかけて、ベビー・ブームにともなう若干の反転上昇を見せた後、1960年代半ばから急速に下落し、ついには大不況時の数字をも下回ることになる<sup>1)</sup>。

次に結婚を経験した女性が生涯に出生する子供の数を見ると、1850-1854年生まれの女性5.2人、1870-1874年生まれ3.7人、1900-1904年生まれ2.5人、1930-1934年生まれ3.1人、1963-1969年生まれ2.0人となっている。すなわち、1870年代前半に成年に達した女性は、平均して生涯に5.2人の子供を出産していたものが、しだいに減少し、1920年代から1980年代に成年にたった女性についてみれば、ベビー・ブームの時代に3人強に達するものの、おおむね2人

1) Donald J. Hernandez, *America's Children: Resources from Family, Government and Economy*, 1995, p. 22.

代で推移している<sup>2)</sup>。

## 2. 誰が、所得を稼得する労働を分担したか

- 植民地時代以来今日まで、夫は主たる稼ぎ手 (breadwinner) の役割を果たし、家庭経済の四つの領域のうち、1) 所得を稼得する労働にもっぱら従事してきたのだが、家族の他の構成員はどのような役割を果たしてきたのだろうか。

まず、子供について見てみよう。10-15歳の子供で、有給の職についているもの (gainfully occupied) の割合は、1890年18.1%, 1900年18.2%, 1910年13.7%, 1920年8.5%, 1930年4.7%となり、今世紀に入って、児童の就業率は、急速に低下していく<sup>3)</sup>。

就学について見ると、1870年には、5-9歳の子供の、学校への在籍率は50%, 在籍者については、一年の就学日数は21%であったものが、1940年には、7-13歳の子供で在籍率95%, 14-17歳で79%, 就学日数は42%と、ほぼ現在の水準に達している<sup>4)</sup>。

こうして、子供の家族経済にたいする寄与が著しく減少することになった。しかし、これは、母親の立場から見れば、出生率の低下ともあいまって、子供が就学期に達している場合は、child care の負担が、著しく軽減されることでもあった。

次に、妻・母親について見てみよう。既婚婦人で有給の職についているものの比率は、1890年13.9%, 1910年24.7%, 1930年28.9%, 1940年35.9%, 1950年52.2%, 1960年60.7%, 1970年62.3%となり、19世紀を通じて、微増を続けてきた主婦の就業率は、第二次大戦中の政府による婦人の就業の奨励ともあいまって、1940年を境に急激に増加していき、1950年には既婚婦人の既に過半数

2) *ibid.*, p. 24.

3) 少年だけをとってみると、この数字は1890年26.0%, 1900年26%, 1910年18.6%, 1920年11.3%, 1930年6.4%となる *President Research Committee, Recent Social Trends*, Vol. p. 277.

4) Donald J. Hernandez, *op. cit.*, p. 144.

が就業している<sup>5)</sup>。子供いる婦人だけをとって就業率の変化を見ると、1948年、6-17歳の子供を持つもの10.8%、6歳未満の子供を持つもの26.0%であり、以後、この数字は、1950年28.3%と11.9%、1960年39.0%と18.6%、1970年49.2%と30.3%と推移していく<sup>6)</sup>。当初は、就学前の児童を持つものと、持たないものとの間に顕著な就業率の差が見られたが、全般的に就業率が上昇していくなかで、しだいにその差は解消していく。

### 3. 離婚率の上昇と母子家庭

既婚婦人1,000人当たりの離婚率を見ると、1920年8.0、1940年8.8、1960年9.2、1970年14.9と1960年以後、急速に増加して行く<sup>7)</sup>。主婦の家庭外就業の増加と離婚率の上昇とは、相互に促進しあうことになった。妻が職業を持っていることは、通例、子供を引き取ることになる母親の、離婚後の生活の不安を軽減し、逆に、結婚が継続している場合にも、離婚の不安は、妻が職を離れることを抑制することになる。このような、離婚率の上昇と、婚外出産の増加の結果、子供を持つ家族にしめる母子家庭の比率は、増加して行く。

### 4. 家族タイプの構成

6-17歳の子供について、ブレッドウィナー・専業主婦型、共稼ぎ型、片親型家族に帰属する人数の構成比を見ると、1940年71.9%、6.8%、10.6%、1950年59.9%、17.9%、9.6%、1960年58.3%、24.8%、8.6%、1970年46.7%、31.4%、14.1%、1980年32.1%、39.9%、19.2%となる<sup>8)</sup>。ブレッド・ウィナー・専業主婦型の家族のもとで生活している子供の数は、1970年には過半数を割り、1980年には3分の1にまで急速に減少する。

5) US Department of Commerce Bureau of Census, *Historical Statistics of the United States*, 1975, Vol 1, p. 133.

6) *ibid.*, p. 134.

7) *ibid.*, p. 64.

8) Donald J. Hernandez, *op. cit.*, p. 151.

## II アメリカにおける家族経済の類型とその推移

ここでは一節で検討した家族についてのデータを基礎に、各社会階層の家庭経済の在り方と、その歴史的变化のあとをたどって見よう。

### 1. 19世紀末の家族経済

19世紀末の家族経済を検討するにあたって重要な点は、家事労働のウェイトの高さである。家事労働の用具は、前世紀からほとんど変化なく、家事労働は技能と体力を必要とするフル・タイムの労働であった<sup>9)</sup>。

当時の勤労者の家族を、家族経済の様式という点で分類すると、次の三つに分けることができる。農家家庭、都市労働者家庭、都市中間階級家庭の三つである。

農家家庭では、農作業・家事に夫、妻、年長の子供が協働で従事し家族の生活を再生産している。都市労働者家庭にあっては、夫が主として所得を稼得する労働、賃労働に従事する。しかし、夫の賃金だけでは、かろうじて好況期に家族の生活を支えられるだけであり、慢性的生活不安の状態にある。こうして、しばしば年長の子供も就業して家計を補助する。妻はフル・タイムで家事労働に従事しているが、下宿人を置いたり、他の家の洗濯を行うなど、いわば家事労働の切り売りによって、家計を補助している場合も多い。慢性的生活不安の状態にある労働者にとってはコミュニティにおける、相互扶助、すなわち互酬的關係が、家族を支えていくのに不可欠のものであった。

都市中間階級の家庭にあっては、夫が所得を稼得し、妻はフル・タイムで家庭にいるが、家事使用人の雇用などによって、家事労働の負担はかなりの程度軽減されている。家庭のプライバシーが重視され、周囲の家庭生活への干渉は厳

9) 労働者の家庭においては、いまだ、室内配管が普及しておらず水源は庭の井戸であった。熱源は薪・石炭ストーブ。光源は灯油ランプ。このような、水・光・熱源の状況が主婦の家事労働を過重なものにしていた。洗濯は、週一回、月曜日まる一日を要する労働であった。S. J. Kleinberg, *The shadow of the Mills*, 1989.

しく排除され、それだけ近隣の互酬的關係に依存する程度も少ない。子供にたいしては、中間階級の価値観を教え込むため、その生活には厳しい規制が加えられる。

## 2. 家族経済の変容

20世紀に入ると、工業化・都市化の進展とともに農家家庭は絶対数をも減らしていく。子供に関しては、工場法による児童労働の規制や義務教育の就学強制により子供の就学率・就学日数・就学年数が大幅に増加し、労働者家族における子供の就業率は急速に低下していく。農家家族、労働者家族における子供の経済的寄与は減少し、家庭経済の観点からは、もっぱらコストになる。しかし他方で、妻は、就学期に或る児童のケアから解放され、家庭外の就業の機会も拡大して行く。

婦人の有利な雇用機会がしだいに増加し、メイドの賃金が高騰するとともに、中間階級の家庭から、しだいに、家事使用人が姿を消して行く。

## 3. 第二次大戦後の家族経済の推移

二つの世界大戦を経た後の、各階層の家族経済の動向を総括すれば、次のようになる。

農家家族は一貫して減少し、中間階級と労働者とは、しだいに家族経済のパターンを収斂させていく。労働者の家族にあっても、子供はもはや、家族経済に貢献することのない純然たるコストになり、中間階級どのように出生数は低下して行く。

中間階級の家庭からは家事使用人が姿を消して行く。こうして、両階層とも、両親とケアの対象としての子供から構成される現代的核家族という形をとるようになる。

第二次大戦直後、既婚婦人全体の就業率はかなりの高さにたっているが、子供のいる家庭、とくに就学前の児童のいる家庭では、まだ専業主婦が圧倒的



多数をしめる。これ以降、まず就学期の子供のいる家庭から、主婦の就業が増加し、就学前の児童のいる家庭にもこの傾向は広まって行く。

主婦の就業率上昇とともに、離婚率も増加し、婚外出産の増加ともあいまって、しだいに母子家庭の数が増加していく。

### III 家族とコミュニティ：郊外

第二次大戦後、従軍兵の帰還と結婚の低年齢化にともなう、住宅の不足が深刻な問題となる。このような状況のもとで、GIベネフィットによる住宅費補助、連邦住宅局による住宅ローンの債務保証によって、郊外住宅の建設ブームが到来する。この結果、1950年代、郊外人口は急速に増加していくことになる。

全人口のうち大都市地域 (metropolitan area) の中心部に居住するものと、外延の郊外地域に居住するものとの比率を見れば、1940年それぞれ32.5%と15.3%であったものが、1950年32.8%、25.3%、1960年32.3%、30.6%、1970年31.4%、37.2%となり、1970年以降、郊外人口は最大の構成比をしめることになる<sup>10)</sup>。

では、新興住宅地の住居はどのようなものだったのだろうか。

1947年分譲が開始されたフィラデルフィア郊外のレビット・タウンを例にとると、そこに建設された郊外住宅は、敷地が道路に面して60フィート、奥行き100フィートあり、家屋は4室半、ベッド・ルーム2つ、バス・ルーム、キッチン、居間ををもち、分譲価格は基本的なケーブ・コッド・タイプで7,990ドル、後に建築されたより大きなランチ・スタイルで9,500ドルであった<sup>11)</sup>。

10) Kennex Fox, *Metropolitan America: Urban Life and Urban Policy in the United States*, 1985, p. 51.

11) 当時のアメリカにあっては年収の2倍程度が無理なく購入できる住宅の限度と考えられていた。したがって、レビット・タウンはホワイト・カラーを購入者として想定していた。当時のブルー・カラーの年収は、最も恵まれていた自動車産業の労働者で3,000ドル程度であった。

第二次大戦中、軍需工場の労働者住宅の建設を請け負ったことのある William Levitt は、いち早くこの好機をつかみ、1947年、フィラデルフィア郊外に自らの名前を冠したレヴィット・タウンの建設に着手する。彼は、従来のやり方を革新し、住宅建設にフォード流の大量生産の方

では、このような新興の郊外住宅地に移り住んで来たのは、どのような家族だったのだろうか。

まず、当初の居住者の年齢構成は著しくかたよったものであった。前記、レビット・タウンについて見ると、1953年には、全人口の40%が、0-10歳の子供、33%が25-30歳、15-20歳のティーン・エイジャーは1.4%、45歳以上は3.7%であった<sup>12)</sup>。子供を持つ若い夫婦が圧倒的多数を占めていた。住民のほとんどは、夫婦と18歳以下の子供からなっており、65%の家庭がホワイト・カラーの職業に従事する夫を持っていた。妻のうち16%が就業しているが、5歳以下の児童を持つ家庭の場合、主婦の就業率はわずか4%であった。シカゴ郊外のパーク・フォレストについて見ると、これも、両親と18歳以下の子供をからなる家族がほとんどであり、夫の職業の80%は、ホワイト・カラー、主婦の就業率は20%、5歳以下の児童を持つ母親の就業率6%であった<sup>13)</sup>。新たに大量に造成された郊外住宅地にあつては、所得、ライフ・サイクルの段階において等質的な家族が集合し、親族ならびに近隣の有力者による生活規制は緩和されることになった。また、ここでは、子供たちが、下層階級の子供たち、都市の歓楽街から隔離されることになり、厳格な躾なしに、中間階級のモラルを身につけさせることが可能になった。

ここでは、伝統的な生活規制が緩和されるとともに、消費における競い合い(emulation)が、独自の仕方で作用するようになる。まず、郊外住居を購入することができた恵まれたブルー・カラーの家族は、たちまちに、周囲のホワイト・カラーの生活スタイルに同化する。W.H. ホワイトの挙げる家具屋の証言によれば、同じ労働者が、郊外住宅に生活するようになると、たちまち家具の趣味も変わり、以前より落ち着いた色の、より装飾のすくないものを購入す

法を導入する。すなわち、住宅建設の過程を27のプロセスに分解し、それぞれのプロセスを専門に担当する27のチームを構成し、順次、建設に当たらせた。また、作業の管理に科学的管理法をとり入れ、動作研究・時間研究をおこない、標準作業の設定による管理を実施した。David Halberstam, *The Fifties*, 1993, p. 135.

12) W.H. ホワイト、「組織の中の人間」、辻村明、佐田一彦訳、1959年、下巻233ページ。

13) Kennex Fox, op. cit., p. 63.

ようになる<sup>14)</sup>。また、消費における競い合いはブロック単位で生じ、あるブロックで一定以上の普及を遂げた製品は、瞬くうちにほとんどの家庭に普及する<sup>15)</sup>。とりわけ、アメリカの郊外住宅にあっては、宅地を塙、生け垣で囲う習慣がなく、家の居間には見晴らし窓 (picture window) がしつらえられ、生活の一部は、隣人の目にさらされることになる。

就学前の児童をかかえる家族の多い郊外居住者にあっては、育児が家族の生活を律することになる。フロイトの学説に基づくスボック、エリソンなどの最新の育児理論は、柔軟かつ寛大に幼児のニーズに応えることを推奨し、また、子供のパーソナリティーの発展のためには、子供が父親、母親に強い性的愛着を感じ、後にこれを断ち切ることが必要であるとして、両親以外の親族が育児にかかわることをよしとしなかったのだが、これは、結果において、主婦の就業に抑制を加えるとともに、若い夫婦が両親のコントロールから離れることを合理化することになった。

また、育児理論においては、父親が子育てにかかわることの重要性が強調され、しかも、権威主義的な接し方は否定される。

家庭の子供志向は住宅のデザインにも反映される。レヴィット・タウンにおいては、家事労働をしながら、子供を見守ることができるように、キッチンが家屋の背部におかれるようになり、リビング・ルームがファミリー・ルームに変わり、オープン・スペースが取り入れられるようになる<sup>16)</sup>。

#### IV 消費生活の展開

次に、第二次大戦後のアメリカにおける消費生活の動向を見てみよう。

まず、第一に、この時期の消費生活に最大の影響を与えたものは、戦前からの自家用車の普及がさらに進行し、ブルー・カラーのほとんどの世帯も自動車

14) W.H. ホワイト、前掲書、165ページ。

15) 同上書、188ページ。

16) J. Davison & L. Davison, *To Make a House a Home*, 1994, p. 188.

を所有するようになったこと、第二に余暇生活の主役としてテレビが登場したことであった。

消費支出に占める構成比率という点から見ると、もっとも目立つのは、食費・衣料費の構成比率の一貫した減少である。ブルー・カラーの家計について見ると、1918年総消費支出に占める、食費・衣料費の比率がそれぞれ、40.1%、15.9%であったものが、1935年には32.8%、9.5%、1950年30.3%、9.7%、1973年17.9%、5.4%と推移している。これにたいして、この間、大きく構成比率を高めたのは、自家用車の普及にともなう交通費であり、レクリエーション・教育費も一貫して構成比率を上げている。同じ期間のそれぞれの構成比率を見ると1918年2.5%、4.5%、1935年7.3%、5.6%、1950年12.6%、7.3%、1973年、12.5%、8.6%となっている<sup>17)</sup>。衣料は、ステイタス・マーカーとしての地位を自家用車に譲り渡し、また、戦前以来のインフォーマルな服装への傾向が継続したのである。こうして、消費支出という点でも、家事労働の対象という点でも、衣料の消費生活に占める重要性は低下していった。

## 1. テレビ

1941年商業放送を認可されたテレビ放送は、第二次大戦にともなう中断をほさみ、1953年、放送許可の凍結解除の後、放送局の増加とともに急速に普及して行く。1950年全世帯のほぼ3分の1に普及していたものが、1953年には4分の3にたつする<sup>18)</sup>。

郊外居住によって、都市の娯楽施設へのアクセスが困難になった家族にとって、日常の余暇活動にテレビはうってつけのものであった。テレビの視聴はアメリカ人の余暇生活を大きく変えることになる。これまで、余暇活動の首位を占めていた映画の観客は減少し、読書人口、読書時間を大きく減らすことになった<sup>19)</sup>。

17) Clair Brown, *American Standards of Living*, 1994, p. 43, p. 106, p. 188, p. 270.

18) *ibid.*, p. 229.

19) テレビは、スポーツ・イベントの入場者を、当初、減少させるが、これまで、無関心であつ

さらに、テレビは二重の仕方、アメリカ人の生活全般にに影響を及ぼすことになった。

第一に、放映される番組、とくに、「Ozzie and Harriet」, 「Dad knows the Best」といったホーム・ドラマ (family sitcom) は、多数の視聴者を獲得した。そこで映し出されるのは郊外の生活で、父親の職業はホワイト・カラー (通勤の服装からそれと判断されるが、職業は特定されない)、母親は専業主婦、それぞれの領域では有能だが、他方の領域に、たまに手を出すとへまをするという設定である。そこには離婚も、深刻ないさかひもなく、父親は子供たちのよき相談相手として登場する<sup>20)</sup>。このようなドラマは、郊外に居住するホワイト・カラーの生活を反映すると同時に、ありうべき家族像として、ロール・モデルの役割を果たすのもであった。

第二に、テレビは企業のプロモーション活動のための強力な武器となった。とくに、フラ・フープ、あらい熊の帽子、パービー人形など子供をターゲットとした製品が次々に売り出されるようになり、テレビは独自の子供市場を開拓するための有力な媒体となった<sup>21)</sup>。子供も独自のニーズと趣味を持った自立的な消費者になる。

## 2. 自家用車

第二次大戦中、自動車工場は軍需生産へ振り向けられていたが、戦後自家用車の生産開始とともに爆発的な売れ行きを示すことになる。自家用車の普及率を見ると、1935年、ブルー・カラー35%、ホワイト・カラー80%であったものが、1950年には、ブルー・カラー68%、ホワイト・カラー78%にたつ<sup>22)</sup>。このように自家用車がほとんどの階層に行き渡るようになって、その市場は

人々の関心を掘り起こし、長期的にはスポーツ観戦者を増加させる効果もあった。Dewhurst & Associates, *America's Needs and Resources: A New Survey*, 1955, p. 358.

20) Halberstam, op. cit., pp. 510-512.

21) アライグマの皮の帽子 (coonskin cap) というのは、当時人気であったテレビ番組のヒーローが、被っていた帽子のこと。R. J. Griswold, *Fatherhood in America*, 1993, p. 196.

22) Clair Brown, op. cit., p. 43. p. 106.

飽和しない。自動車の所有が常識になると、住居の立地、小売販路の立地は自動車利用を前提したものになり自家用車のへのニーズはますます高まって行く。こうして次には、セカンド・カーをもつことが目標になる。1973年になれば、セカンド・カーの所有率はブルー・カラー35%、ホワイト・カラー53%にたつする<sup>23)</sup>。

郊外生活にとって、自家用車は、通勤、買い物のための必需品であると同時に余暇活動のための不可欠の手段であった。日常生活において、テレビが余暇活動の主役になったとすれば、自家用車による旅行が、バケーションにおける余暇活動の主役であった。ここで、ナショナル・パークの入場者の推移を示せば、1910年199,000人、1930年3,247,000人、1950年32,782,000人と、自動車の普及と歩調をあわせて急増している<sup>24)</sup>。

### 3. 家事労働

1950年代には、電気冷蔵庫、電気アイロン、ガス・電気レンジ、電気洗濯機、トースター、真空掃除機は、いずれも、過半数の家庭に装備され、さらには、フリーザー、衣服乾燥機、自動アイロンが普及の過程にあった。モノの生産・メンテナンスにかかわる家事労働は著しく軽減されることになったのである。しかし、これらの装備の普及にもかかわらず、他方では、家事労働の軽減を阻む、強力な要因が作用していた。まず、第一に、郊外居住にともなって親族から遠く離れて生活するようになったため、主婦は、臨時の際に家事労働の援助を受けることが非常に困難になった。第二に、家事労働が軽減されると同時に、家事にたいする要求水準が上昇していく。新たな育児理論の普及とともに、育児には、ますます、手をかけることがもとめられ、衣服や家屋の清潔さにたいする要求は、さらに高まっていった。第三に、主婦の家事労働に対する意識の問題である。主婦は、夫の労働時間、母親の時代の家事と比較したとき、自分

23) *ibid.*, p. 188.

24) Dewhurst & Associates, *op. cit.*, p. 240.

自身の家事労働の時間を減らすことに強い負い目を感じるようになり、自ら家事労働の水準を引き上げて行く。この点は、家電製品・加工食品のメーカーも認識しており、労働節約的な製品のプロモーションにさいして、家事労働の軽減のみを訴求する広告は、かえって主婦の反発を招くことが指摘されている。したがって、加工食品などの場合は、むしろ主婦が手を加える余地を残すこと、家事労働の軽減を訴求する際には、同時に空いた時間で、子供の相手ができること等を付け加えることが推奨されている。最後に、家事労働にたいする社会的意味付けの変化である。19世紀には、家事労働が苛酷な肉体労働の性格をもっていたこともあり、この種の労働は、生活のために必要なものではあっても、たんなる chore と見なされており、中間階級の家庭に、あっては、主婦がこのような労働を一部免除されていることが、ステイタス・シンボルになっていた。これにたいして、しだいに家事労働が軽減され、近代的な家族イメージが普及してくると、家事労働の遂行に「家族への愛の証し」といった、情緒的な意味付けがなされるようになり、その成果にはかかわりなく家事労働を行うことそのものに意味が見いだされることになる。

家事労働を節約するための製品は、要求される家事労働水準を引き上げ、家事労働軽減への圧力を更新し、より多くの製品、改良された製品の購入を促すことになる。

### お わ り に

アメリカ的生活様式は耐久消費財の個別所有にもとづく個人主義的生活様式である<sup>25)</sup>。そして、この個人主義的生活様式の主体は、共同体としての家族であり、また同時にひとりひとりの家族構成員でもある。居間で家族一緒に見る大画面のテレビがあり、また、各人が自分の部屋で見るポータブル・テレビもある。子供が幼い間は、家族旅行の手段であった自家用車も、子供が高校生になって勝手に乗り回すようになると、家族のトラブルの原因になってしまう。

25) 宮本憲一、「社会資本論」、1967年。

需要の拡大を図ろうとする企業の営為は、やがては、家族の構成員を自立的な消費者へと変えていく。家族を主体にした個人主義的生活様式は、文字どおり個人を主体にした個人主義的生活様式へと変貌していく。

このような消費生活の分散化のなかで、家族のまとまりを支えていたのは、構成員間の情緒的な絆を別にすれば、ジェンダーの間の分業であった。しかし、分散的な消費生活消費支出を増加させ、主婦をまずパート・タイムの家庭外就業へ、次いでフル・タイムの労働へと駆り立てる。そして、年長の子供たちは、欲しい製品を手に入れるためにアルバイトに励むことになる<sup>26)</sup>。こうして、家族の構成員を一つにまとめる絆は危ういものになっていく。

バクス・アメリカナの時代に世界を魅了したアメリカ的生活様式、いまでもアメリカ人のノスタルジアの中に生きているアメリカ的生活様式とは、家族が各個人の消費生活をかろうじて包摂しえた過渡期の時代的生活様式だったのである。

26) 近年、学生たちのアルバイトという形態での労働市場参加が増加している。16-17歳の労働市場参加率は、1953年、男子は29%、女子は18%、1989年、男子は44%、女子は42%となっている。Donald J. Hernandez, op. cit., p. 151.